



Effetto Sanremo e Olimpiadi: a febbraio italiani online il 13% in pi¹ rispetto al 2025. I dati Comscore

Descrizione

(Adnkronos) In un mese di febbraio caratterizzato da una sovrapposizione di eventi mediatici di grande impatto ai consueti appuntamenti ricorrenti del Festival di Sanremo e della Fashion Week si è aggiunto un evento straordinario come le Olimpiadi di Milano Cortina 2026 le abitudini digitali degli italiani hanno mostrato segnali di forte dinamismo. Sebbene il volume della popolazione digitale resti stabile a quota 46,1 milioni di utenti unici, le rilevazioni Comscore evidenziano una crescita strutturale dell'intensità di fruizione.

Il tempo medio speso per utente si attesta a 71 ore e 36 minuti mensili: un dato che, pur segnando una flessione nominale del -3% rispetto a gennaio, riflette in realtà un'intensità di fruizione media giornaliera superiore (+7%) proprio in virtù del calendario ridotto di febbraio. Rispetto a un anno fa, la crescita strutturale resta invece a doppia cifra, con un incremento del +13% (oltre 8 ore di navigazione in pi¹ a persona).

In un contesto dominato come sempre dai colossi globali Alphabet e Meta che mantengono posizioni consolidate pur non dando il minimo segno di ulteriore crescita, i dati di febbraio mostrano comunque la capacità degli editori nazionali di intercettare l'attenzione nei momenti di picco mediatico. La quota di audience raggiunta esclusivamente tramite piattaforme social è stabile al 41% rispetto al dato di gennaio; un dato dovuto anche al comparto Lifestyle risultato il pi¹ dinamico del mese (+17%) con Vogue.it che realizza la crescita dell'audience digitale pi¹ sostenuta di questo settore (+47%).

Le Olimpiadi ospitate in Italia hanno premiato le testate con una copertura sportiva a 360 gradi. In particolare, la property Sky Sport mette a segno la crescita pi¹ rilevante tra i primi dieci brand editoriali, raggiungendo 21,9 milioni di visitatori unici (+12,4% su gennaio) grazie alla crescita della componente social (+21%) e una Social Incremental Reach (ovvero l'incremento di audience rispetto al sito web generato dalla distribuzione sui social) che si attesta al 123%. Sky Sport registra inoltre il tempo medio per utente pi¹ alto tra i media italiani con 45 minuti.

Nel comparto sport si distinguono anche Sport Network, brand editoriale che aggrega numerose testate di settore (tra cui Corriere dello Sport e Tuttosport), con 15,6 milioni di visitatori (+5,3%), e l'exploit di WBD Sport International (+49%), trainato dai diritti olimpici, che raggiunge 6,5 milioni di visitatori unici.

L'effetto combinato dei grandi eventi consolida il primato di RaiNews, che si conferma il brand con l'audience digitale maggiore: 35,4 milioni di visitatori unici (+3% su gennaio). Il risultato è sostenuto da una presenza social capillare (33,7 milioni di utenti) che garantisce una reach del 94,7% (la più alta tra i brand italiani) e una Social Incremental Reach del 149%. Al secondo posto si posiziona Citynews con 29,8 milioni di visitatori; il gruppo si conferma leader assoluto per audience sulle piattaforme proprietarie con 25 milioni di visitatori unici, evidenziando un modello fortemente ancorato ai propri domini diretti.

Il binomio informazione-sport premia anche Sky TG24, che raggiunge 25,3 milioni di visitatori (+10%). Tra gli altri poli informativi, tiene l'aggregato Quotidiano Nazionale (Il Resto del Carlino, La Nazione e Il Giorno e altre testate di Monrif Group), con 11,3 milioni. Il Sole 24 Ore raggiunge un'audience di 11,7 milioni grazie a una crescita del 4%. Tra le testate nazionali spicca la performance de Il Giornale, che raggiunge 8,4 milioni di visitatori unici grazie a un +47% della propria componente social.

L'analisi su base annua conferma il consolidamento del settore News. Nel confronto con i dati di dodici mesi fa, spiccano le progressioni di RaiNews (+99%), Sky TG24 (+38%), Il Sole 24 Ore (+28%), Sky Sport (+21%), mentre Citynews incrementa la sua audience del +7%. Dati che testimoniano come il settore dell'editoria italiana stia sempre più puntando sulle piattaforme social per moltiplicare la portata della propria platea di lettori.

â??

media-comunicazione

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Aprile 8, 2026

Autore

redazione